

**Штогрин Галина Іванівна,**  
Національний університет “Острозька академія”

## КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ЯК СКЛАДОВА ПОЛІТИЧНОЇ ПРОМОВИ

*Стаття розкриває поняття комунікативних стратегій побудови політичної промови, які формуються на основі комунікативних концепцій.*

**Ключові слова:** комунікативна стратегія, концепція.

*The article highlights the notion of communicative strategies used to make a political speech which are formed on the basis of communicative concepts.*

**Key words:** communicative strategy, concept.

Мова впливає на людську свідомість і підсвідомість, примушуючи її робити певні висновки та спонукаючи до певних дій, через що, власне, проявляється її маніпулятивна функція. Мовою як ефективним та дієвим засобом маніпуляції користувалися в усі часи та періоди історії людства. Так, ще Арістотель та Плутарх аналізували публічну мову та формували основні принципи ораторського мистецтва, з допомогою якого можна було переконати слухачів, що лише та інтерпретація явища, яку висловлює промовець, є істинною. Публічне мовлення слід розглядати як вищий рівень володіння мовою, що дає змогу словом впливати на розум, волю та почуття слухачів, викликати інтелектуальне та емоційне співпереживання цільової аудиторії.

Маніпуляція та вплив на цільову аудиторію зазвичай є метою політичного мовлення, найпоширенішим вираженням якого є політична промова. Політична промова – це публічний виступ, який є ефективним засобом для одержання визнання та демонстрації лідерства.

Оскільки метою політичної промови є донести до слухача певну інформацію і вплинути на його свідомість та підсвідомість, то для досягнення успіху політик повинен використовувати певні засоби, так звані комунікативні стратегії, з допомогою яких промовець може ма-

ніпулювати цільовою аудиторією. Як свого часу зауважив Шопенгауер, мистецтво переконання – це не що інше, як вміле використання ледь помітних людських понять, завдяки яким відбувається практично непомітний перехід від одних переконань до інших [1:58].

Оратору не обов'язково подавати у своїй промові природний хід подій та факти. Основним його завдання є побудувати таку промову, яка б могла переконати слухачів в істинності викладених фактів [2]. Отже, комунікативна стратегія – це загальний всебічний план досягнення цілей, який представляє собою розробку основних напрямків промови.

На вибір конкретної стратегії промови впливають різноманітні фактори, як от мета промови, комунікативні установки чи характер взаємодії із слухачем. Перш ніж обрати відповідні стратегії та тактики при побудові політичної промови потрібно побудувати мисленнєво-мовленнєву основу доповідача – концепцію. Концепція – це першооснова, система знань про предмет, відбита стисло і коротко, над якою власне й вибудовується стратегія, яка є реалізацією певної концепції.

Стратегія як програма дій становить один із можливих варіантів реалізації концепції. Звідси робимо висновок, що концепція – поняття більш стале, в той час як стратегія – поняття варіативне, яке змінюється відповідно до ситуативної обстановки виголошення промови. А отже комунікативній стратегії повинні бути притаманні такі ознаки як гнучкість, варіативність та динамічність.

Щоб правильно обрати та застосувати комунікативну стратегію важливо визначити її основні складові частини. Насамперед це установка, яка в свою чергу також має два компоненти – завдання та надзавдання.

Наступним етапом побудови стратегії є формування кола питань із концепції промови. Важливо не лише виокремити ці питання, а й проаналізувати їх і сформулювати власне бачення вирішення цих проблем.

Невід'ємним елементом побудови комунікативної стратегії промови є розробка та передбачення можливих контраргументів з боку цільової аудиторії. Промовець повинен ніби стати своїм же опонентом, знайти протиріччя у своїй концепції та підготувати відповіді на питання, які можуть виникнути з боку аудиторії.

Отже, можна виділити таку загальну послідовність дій будь-якої комунікативної стратегії: спершу необхідно визначити установки та виділити із концепції окремі запитання, на які важливо дати відповідь у промові відповідно до специфічних особливостей цільової аудиторії; сформулювати тезу і дати відповіді на можливі контраргументи.

**Література:**

1. Schopenhauer A. 1819/73 – Die Welt als Wille und Vorstellung: 1. Bd. Vier Bücher, nebst einem Anhang, der die Kritik der Kantischen Philosophie enthält. 4. Aufl // A. Schopenhauer's sämtliche Werke / Hrsgn. v. Julius Frauenstadt. 2. Aufl: Neue Ausgabe. Bd. 2. Leipzig, 1891.

2. Аристотель. Риторика // Античные риторики; под ред. А. А. Тахо-Годи. – М. : МГУ, 1978. – С. 15–164.